

Регламент

балльно-рейтинговой оценки по дисциплине Мерчандайзинг
Направление подготовки, профиль Торговое дело
Учебный год 2017-2018
Курс 3

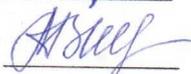
Форма контроля (текущего и промежуточного)	Количество баллов, которое можно получить за данную форму контроля в соответствии с балльно-рейтинговой системой
Устный опрос	20
Домашнее задание	15
Контрольная работа	10
Эссе	5
Итого за семестр	50
Экзамен/зачет	50

Преподаватель



Сайдашева В.А.

Преподаватель



Шафигуллина А.В.

Зав. кафедрой



Каленская Н.В.

Содержание основных форм текущего контроля

по дисциплине
Мерчандайзинг
Направление подготовки, профиль Торговое дело
Учебный год 2017-2018
Курс 3

Тема 1.

Устный опрос:

1. Сформулировать цели, задачи и принципы мерчандайзинга
2. Дать сравнительную характеристику субъектам и объектам мерчандайзинга.
3. Дать классификацию методов мерчандайзинга.

Тема 2.

Устный опрос:

1. Выявить сущность и значение мерчандайзинга с сфере оптовой торговли.
2. Привести примеры точек продажи.
3. Категорийный мерчандайзинг: сущность особенности, примеры

Тема 3.

Устный опрос

1. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
2. Факторы, формирующие атмосферу магазина
3. Выявить и охарактеризовать чувственные составляющие атмосферы магазина "Мир кожи и меха"

Тема 4.

Устный опрос

1. Какова значимость планировки в магазине?
2. Какова цель внутреннего планирования в магазине?
3. Какие факторы, формирующие планировку магазина вам известны?
4. Какие существуют требования, предъявляемые к торговым зданиям?
5. Что вам известно о требованиях к проектам планировки торгового зала?
6. На какие функциональные зоны можно подразделить торговый зал?
7. Какие характеристики торгового зала должны интересовать мерчандайзера?

8. Какие на сегодняшний день существует два основных подхода к распределению площади торгового зала?
9. Какие коэффициенты эффективности размещения вы знаете?
10. Какие существуют четыре основных варианта расположения подсобных помещений?

Тема 5.

Устный опрос

1. Какие типы выкладки вам известны?
2. Какими критериями необходимо руководствоваться при осуществлении выкладки товаров?
3. Какие принципы выкладки вам известны?
4. Расскажите о влиянии выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.

Тема 6.

Устный опрос

1. Значение сэмплинга в продвижении торговых марок.
2. POS-материалы: принципы классификации, виды, особенности применения.
3. Витрина, как эффективный инструмент визуального мерчандайзинга.

Тема 7.

Устный опрос

1. Экономическая эффективность мерчандайзинга.
2. Основные показатели эффективности мерчандайзинга в розничной торговле.
3. Презентация коммерческого предложения

Тема 8,9

Устный опрос

1. Варианты организации подразделения мерчандайзинга в компании.
2. Основные функции работников отдела
3. Особенности работы мерчандайзера в торговой точке.

Вопросы для контрольной работы:

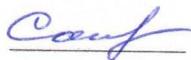
1. Понятие и сущность мерчандайзинга.
2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга.

3. Принципы мерчандайзинга.
4. Функции мерчандайзинга.
5. Методы мерчандайзинга.
6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга.
7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе.
8. Процесс принятия решения покупателем.
9. Психологические особенности человеческого восприятия.
10. Визуальный мерчандайзинг.
11. Виды организации мерчандайзинга в компании.
12. Функции отдела мерчандайзинга в компании.
13. Основные функции мерчандайзера в торговой точке.
14. Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге.
15. Понятие и виды точек продажи.
16. Категорийный мерчандайзинг.
17. Понятие эффективности мерчандайзинга.
18. Показатели эффективности мерчандайзинга.
19. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.
20. Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчандайзинга.
21. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга.
22. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
23. Факторы, формирующие атмосферу магазина
24. Чувственные составляющие атмосферы магазина
25. Содержание и цели внутренней планировки.
26. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки.
27. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.
28. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение

групп товаров

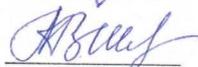
29. Характеристики движения покупателей по магазину.
30. Размещение площади подсобных помещений.
31. Виды торгово-технологического оборудования.
32. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения.
33. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.
34. Сущность выкладки и её разновидности.
35. Общие принципы и стандарты выкладки.
36. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.
37. Сущность, виды и формы сэмплинга, значение сэмплинга в розничной торговле.
38. Понятие, значение и виды POS-материалов.
39. Сущность товарной категории.
40. Формирование категорий: принцип совместного размещения.

Преподаватель



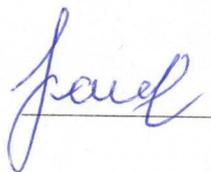
Сайдашева В.А.

Преподаватель



Шафигуллина А.В.

Зав. кафедрой



Каленская Н.В.

Вопросы к экзамену/зачету

по дисциплине

Мерчандайзинг

Направление подготовки, профиль Торговое дело

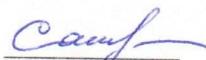
Учебный год 2017-2018

Курс 3

Примерные вопросы к зачету:

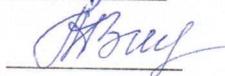
1. Организационно-методологические аспекты формирования мерчандайзинга предприятия на рынке товаров и услуг.
2. Организация и развитие мерчандайзинга предприятий на рынке товаров.
3. Организация и развитие мерчандайзинга предприятий в сфере розничной торговли.
4. Технология формирования элементов мерчандайзинга предприятиями на рынке товаров и услуг.
5. Влияние мерчандайзинга на результативность коммерческого предприятия.
6. Стимулирование продаж в местах выкладки
7. Характеристика и оценка мерчандайзинга в коммерческой деятельности на потребительском рынке.
8. Цели и задачи мерчандайзинга
9. Планировка торгового зала и эффективная компоновка торгового пространства.
10. Методы и принципы мерчандайзинга .
11. Формирование элементов мерчандайзинга предприятия и его прогнозная оценка.
12. Световые решения в мерчандайзинге.
13. Организационные аспекты мерчандайзинга в коммерческих предприятиях.
14. Управление ассортиментом в мерчандайзинге с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
15. Типы планировок торгового зала
16. Зонирование торгового предприятия в современных условиях рынка.
17. Дизайн магазина и его влияние на повышение эффективности коммерческой деятельности.
18. Цветовые решения в мерчандайзинге
19. Организация и развитие мерчандайзинга в условиях конкурентного рынка.
20. принципы мерчандайзинга.
21. Организация и развитие мерчандайзинга в России.
22. Сравнительная характеристика различных видов планировок торгового зала в предприятиях розничной торговли в рыночных условиях.
23. Состояние и перспективы развития мерчандайзинга в России.
24. Элементы мерчандайзинга продовольственного магазина.
25. Презентация коммерческого предложения в мерчандайзинге.
26. POS-материалы в местах продаж.

Преподаватель



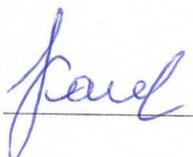
Сайдашева В.А.

Преподаватель



Шафигуллина А.В.

Зав. кафедрой



Каленская Н.В.